



## Les marchés publics : Réglementation, actualités et opérationnalité

### La cible

Toute personne touchant de près ou de loin aux marchés publics.

### Le concept

Animation en duo pour alterner les approches réglementaires, techniques et le vécu opérationnel. Présentation de quelques outils concrets issus des réflexions du GECCO et au sein des entreprises.

### Le programme

#### 1<sup>ère</sup> partie

#### Les marchés publics : Enjeux, procédures, perspectives.

##### Le code des marchés publics

- Les fondements et les principes du code.
- Responsabilisation de l'acheteur.
- De nouveaux droits pour les fournisseurs.
- Préparation des marchés et définition des besoins.
- Seuils et procédures.
- Seuils et publicité.

##### Qui sont les acheteurs publics ?

- Une personne morale : le pouvoir adjudicateur.
- Un acheteur public = un ou plusieurs acheteurs.
- Objectifs de l'acheteur.
- Disparité de taille et de moyens.
- Les grands établissements.
- Les petits établissements.
- Les groupements de commande : évolution, organisation.
- Leur avenir.

##### Les procédures d'achat

- Les MAPA : MAPA et publicité adaptée et déroulement d'un MAPA.
- L'appel d'offre : ouvert ou restreint.
- Les accords-cadres.

- L'acquisition dynamique.
- Les enchères inversées.

##### Les mécanismes de sélection des produits

- Les critères de sélection des produits.
- Les variantes.
- Pondération des critères.
- La sélection des produits en appel d'offre.
- L'achat de nouveaux produits.

##### Les différentes pièces d'un marché

- Règlement de consultation.
- Cahier des clauses administratives générales.
- Clauses administratives particulières.
- Cahier des clauses techniques particulières.

#### 2<sup>ème</sup> partie

#### Les approches techniques vues par les fabricants et le vécu opérationnel

##### Les attendus

- Apporter la vision d'un marketing au service des ventes.
- Lister les questions spécifiques liées à l'achat public, les contraintes, le vécu des acheteurs et des distributeurs, l'adéquation produit, la stratégie à mettre en œuvre pour y avoir accès.
- Décrire les points-clés du produit à développer pour entrer dans les marchés et les conséquences sur la façon d'accompagner la démarche commerciale.

### Durée de la formation

1 journée.

### Coût de la formation

Tarif membre : 450 €HT - 538,20 €TTC  
Tarif non membre : 630 €HT - 753,48 €TTC